

*Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social
Universidad del Salvador*



*Catedra: Prof. Gonzalez Saborido
Alumno: Juan Damián Cocca*

"LA INFLUENCIA DE LA INFORMÁTICA"

1999

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer término a las autoridades de esta Universidad por brindarme la posibilidad de estudiar esta carrera y formarme como persona y como profesional para afrontar mis tareas. A los profesores que he tenido a lo largo de estos cinco años que me han hecho el profesional que soy, con el respeto y el cariño que siempre les he tenido.

Quiero resaltar en especial la tarea del profesor Gonzalez Saborido que afrontó con toda responsabilidad la tutoría de la Tesis con la que se concluye este ciclo dedicando mucho de su tiempo, paciencia y dedicación a los alumnos a punto de graduarse.

También a aquellas personas que muy amablemente han prestado su tiempo para ser entrevistadas para este trabajo, que me han servido de guía indispensable para la recolección de información.

Quiero recordar también en este agradecimiento a mis compañeros con quienes he compartido estos cinco años en diversos cursos y horarios. A mi familia que ha sido un apoyo constante y el principal motivo de mi empuje para obtener esta graduación y a mis amigos que siempre confiaron en mi capacidad y me apuntalaron en todo.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Juan Damián Cocca

INDICE

Introducción.....	3
--------------------------	----------

Tema-Problema-Hipótesis.....	5
-------------------------------------	----------

Capítulo uno

La sociedad de la información

<i>El acceso a mayor información es la influencia más notoria que han provocado los ordenadores.....</i>	<i>7</i>
--	----------

Capítulo dos

Bases de datos

<i>El derecho que tiene las empresas a manejar información sobre nuestra vida privada. La falta de legislación.....</i>	<i>18</i>
---	-----------

Capítulo tres

Registros electrónicos

<i>Los rastros que vamos dejando nos convierten en blanco de las empresas.....</i>	<i>28</i>
--	-----------

Sonría, alguien lo esta filmando

<i>No hay donde esconderse, desaparecieron los espacios privados.....</i>	<i>36</i>
---	-----------

Capítulo cuatro

La informática como solución

<i>La informática es una herramienta y no una solución.....</i>	<i>39</i>
---	-----------

La comunicación dentro de la empresa

<i>El acceso a la información en forma más directa elimina puestos jerárquicos intermedios de control y coordinación. La publicidad de respuesta.....</i>	<i>43</i>
---	-----------

La comunicación con los clientes

<i>La despersonalización del trato con las personas.....</i>	<i>45</i>
--	-----------

Capítulo cinco

La publicidad

<i>Los cambios que ha sufrido la publicidad.....</i>	<i>47</i>
--	-----------

Capítulo seis

Como “charlar con los aparatos”

<i>Aprender a conocer las limitaciones de las máquinas.....</i>	<i>56</i>
---	-----------

Capítulo siete

El futuro-Internet

<i>Una visión acerca de los cambios a los que se llegaría a través de los ordenadores.....</i>	<i>61</i>
--	-----------

<i>Conclusiones.....</i>	<i>70</i>
--------------------------	-----------

<i>Bibliografía.....</i>	<i>73</i>
--------------------------	-----------

INTRODUCCION

Lo que se busca alcanzar a través de este trabajo es desarrollar por medio de un diseño explicativo un análisis de la experiencia que ha tenido la gente en su inevitable contacto con los ordenadores. Evaluar las limitaciones de este diálogo precario con estas herramientas modernas de trabajo que cumplen gran variedad de funciones y que responden a problemas clásicos, pero no resuelven todo tipo de situaciones.

La eficiencia en el trabajo a aumentado a través del uso del ordenador que es capaz de realizar diversas funciones que antes se realizaban a través del uso de varias máquinas. Sin embargo, el ordenador no es capaz de realizar la infinita variedad de operaciones de la que es capaz el hombre, y tampoco es capaz de responder a la creatividad de este.

El problema es que en todo trabajo el ordenador es una herramienta indispensable para que el estándar de las tareas que se realicen tengan una calidad similar dentro de cualquier area, y esta dependencia, en cierta medida, ha provocado la desaparición de trabajos artesanales o a mano alzada que son mas creativos pero que insumen mas tiempo.

La publicidad no ha sido inmune a su influencia y a partir del surgimiento de las bases de datos se ha conocido la identidad de nuestro consumidor y eso nos ha brindado la posibilidad de encontrarnos mas personalmente con él y con sus deseos e intereses para satisfacerlos de una manera más íntima.

Gran parte de los cambios que atravesó la publicidad fueron estudiados una vez que ocurrieron, por eso la mayoría de las conjeturas y predicciones que se desarrollan en este trabajo son a partir de análisis que quedaron ya desactualizados pero que sus conclusiones describían una realidad que todavía no fue alcanzada.

Principalmente me he apoyado en las entrevistas a personas claves de algunos sectores en donde se han producido cambios, intercalando sus comentarios y opiniones dentro del capítulo que habla sobre el área en donde estas personas tienen experiencia.

A lo largo del trabajo lo que se describe es una realidad que se ha ido instalando en la vida cotidiana de cualquier persona sin provocar una verdadera crisis para quienes han seguido el ritmo natural de los avances tecnológicos. En los últimos tiempos los cambios han sido tan rápidos que no se ha tenido el tiempo necesario para asimilar el contacto con nuevas máquinas, entonces para aquel que no acepta esta nueva pseudo dependencia del ordenador no podrá brindar servicios que se adecuen a las necesidades de estos tiempos.

El modo de aprendizaje no es otro que el del ensayo y error, porque los tiempos no son suficientes como para aprender primero y luego operar un equipo, sino al revés. Escuchar la experiencia de los demás es la única guía que puede orientarnos.

Tratar de ser optimista sobre el futuro de la informática implica entender que estas asperezas ya estén limadas, pero nos toca esta realidad y hay que analizarla en sus debilidades y en las oportunidades que nos brinda.

Vislumbrar los futuros cambios podrá ayudar a entender como será la realidad de la publicidad cuando seamos profesionales.

Tema

La aparición de la informática ha introducido cambios en gran cantidad de actos cotidianos, inclusive en la actividad publicitaria, que debe entender la nueva manera en que se hacen los negocios y adecuarse a ella.

La gente esta sobreinformada y nuestro mensaje debe ser claro para que pueda ser entendido. La clave de esto está en la comunicación directa con el cliente para mantener la relación establecida a partir de la primera compra. Buscando no despersonalizar el trato aunque la comunicación sea a través de máquinas que cumplen mejor las tareas pero que no se ganan la confianza ni el cariño de nadie.

Se han multiplicado la cantidad de medios para trabajar y las personas deben comprender como funciona cada uno para poder elegir cual es la mejor manera de alcanzar los objetivos. La gran variedad de funciones que puede cumplir un ordenador son la herramienta básica de estos tiempos pero no son la solución mágica.

Problema

Las personas tienen que aprender a hacer las cosas de una manera nueva, y se ven frente a máquinas que tienen una capacidad limitada de respuesta. Solo responden a aquellos que conocen como utilizarlas y saben de lo que son capaces de hacer logrando mejorar la eficiencia en las tareas que realizan.